

## **ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА І КОМУНІКАЦІЇ»**

1. Вебінар як засіб комунікативної взаємодії.
2. Веб-конференція як засіб комунікативної взаємодії.
3. Види пропаганди за типом джерела інформації.
4. Визначення, термінологія та функції візуальних комунікацій.
5. Виникнення, розвиток та характерні ознаки інформаційного суспільства.
6. Вікно «Овертона» як технологія формування суспільної думки.
7. Вплив національних особливостей на ведення та перебіг переговорів.
8. Гало-ефект, «якоріння», евристика доступності та соціальний доказ як маніпулятивні технології.
9. Глобальний характер комунікації.
10. Дезінформація та джерела її походження.
11. Дефініція поняття «вплив»: сутність, механізм, структура.
12. Джерела інформації: сутність поняття та види.
13. Джинса – сутність поняття та типові ознаки.
14. Ділова атрибутика.
15. Експансія візуальної культури у ХХІ ст.
16. Зараження як метод інформаційного впливу.
17. Засоби впливу: поняття, види та сутнісні характеристики.
18. Інформаційний запит з точки зору інформаційного обслуговування.
19. Інформаційні потреби та їхні особливості.
20. Інформаційні революції людства.
21. Інформаційно-правова культура особистості.
22. Історія розвитку та перші форми візуальних комунікацій.
23. Комунікаційні аспекти маніпулятивних пасток.
24. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні.
25. Маніпулятивна поведінка: сутність та форми.
26. Маніпуляція як соціальний феномен: сутність, характеристика, ознаки.
27. Масова інформація як соціальний феномен.
28. Методика пошуку інформації та її основні етапи.
29. Мова ворожнечі в сучасному українському інформаційному просторі: сутність поняття та ключові ознаки.
30. Навіювання як метод інформаційного впливу.
31. Наслідкування як метод інформаційного впливу.
32. Об'єкти, засоби та основні елементи візуальних комунікацій.
33. Основні властивості блогу як одного з найпоширеніших комп'ютерних мережевих інформаційних жанрів.
34. Основні правила застосування маніпулятивних засобів в професійному спілкуванні.
35. Особливості формування інформаційної культури.
36. Переконавання як метод інформаційного впливу.
37. Позитивні та негативні сторони інформатизації суспільства.
38. Пропаганда: сутність поняття та класифікація видів.
39. Релевантність і пертинентність як складові оцінки якості інформаційного обслуговування.
40. Роль комунікації у формуванні українського інформаційного простору.
41. Світовий досвід медіаосвіти та медіавиховання.
42. Соціальна інженерія як мистецтво маніпулювання людьми.
43. Соціальні мережі як засіб комунікативної взаємодії.

44. Соціально-комунікативна діяльність як головна умова існування та розвитку суспільства.

45. Способи і види маніпуляцій в управлінському середовищі.

46. Стереотипи: сутність та умови виникнення.

47. Суспільна думка: поняття, умови формування та сутнісні характеристики.

48. Сутність нарад, засідань і зборів. Види ділових нарад.

49. Технології політичних комунікацій.

50. Тролі, боти і ломи як засіб формування суспільної думки.

51. Умови формування суспільної думки.

52. Упередження як наслідок стереотипного мислення.

53. Фішинг, фармінг та претекстинг як засоби інформаційного впливу.

54. Цілі та прийоми сучасних інформаційних шахраїв.

55. Якість інформації та її основні характеристики.